

WANG LAY KIM

## **Memikir Kembali Kesan Media di Ambang Abad 21**

### **Pengenalan**

Banyak kajian media telah bermula dalam dekad empat puluhan dan kajian-kajian ini bertumpu kepada kesan komunikasi terhadap khalayak. Penyelidikan sedemikian telah menguasai arena penyelidikan komunikasi massa, terutamanya di Amerika Syarikat. Pengkaji-pengkaji mengkaji khalayak dalam masyarakat yang wujud dan cuba menganalisis perubahan pendapat, tingkah laku dan minat khalayak.

Satu andaian yang unggul pada masa ini ialah media massa mempunyai kuasa yang kuat untuk membentuk dan mengubah pemikiran khalayak. Perkembangan penyelidikan yang bercorak sedemikian harus difahami dalam konteks pemikiran mengenai masyarakat dan perubahan sosial dan politik yang wujud pada waktu itu.

Sejak abad ke sembilan, beberapa ahli sosiologi seperti Alexis deTocqueville, Frederick Nietzsche, T. S. Elliot, Ortega Y Gasset dan F. R. Leavis, ada megemukakan pendapat bahawa dalam tempoh tersebut telah wujud satu kebudayaan massa yang bermutu rendah. Golongan massa ini adalah golongan yang bodoh dan senang dipengaruhi. Perkembangan budaya massa ini dikatakan mengancam budaya tinggi.

Di samping ini juga, wujud ide dan falsafah Frankfurt School yang hampir sama dengan pandangan para pengkaji dan pemerhati masyarakat tersebut. Apa yang membezakan pemikiran Frankfurt School dengan pemikiran golongan elitis ialah, ahli-ahli Frankfurt School seperti Theodore Adorno,

Herbert Marcuse dan Max Horkheimer menggandaikan, dengan wujudnya masyarakat massa, golongan bawahan atau prolitar yang pasif senang ditindas dan terperangkap dalam pemikiran fascisme. Idea-idea ini semakin menarik perhatian para pengkaji lain yang dapat melihat perkembangan pesat media massa di sepanjang kurun ke 20. Kebimbangan kesan media terhadap khalayak media ini semakin ketara.

Perkembangan kegunaan media massa oleh Hitler, Churchill dan Roosevelt sebagai alat propaganda dalam Perang Dunia Kedua,<sup>1</sup> serta perkembangan industri periklanan dan persaingan antara media massa dalam tahun-tahun selepas perang untuk mendapat iklan-iklan, telah meningkatkan penyelidikan yang mengukur dan mengira saiz, dan tindak-balas khalayak. Penyelidik-penyelidik pada masa ini percaya bahawa dengan pengumpulan data dan pembentukan model komunikasi, tingkah laku khalayak boleh diramalkan dan dikawal. Idea ini amat menarik, terutamanya dikalangan pihak pemerintah dan peniaga yang turut menaja banyak kajian-kajian sedemikian. Kajian-kajian sedemikian tumbuh seperti cendawan selepas hujan di Amerika Syarikat sejak Perang Dunia Kedua.<sup>2</sup>

Model-model komunikasi, teori-teori seperti peluru ajaib, pengaliran maklumat dua peringkat dan pendekatan kegunaan dan kepuasan telah menjadi kekal dalam arena akademik di Amerika Syarikat. Ewen (1983) menegaskan, tumpuan kajian yang cuba mengaitkan bentuk media dan mesej dengan tindak-balas khalayak yang menguasai kajian kelompok arus perdana, semata-mata untuk memberi perkhidmatan kepada pemerintah dan peniaga dan institusi-institusi yang berminat untuk menguasai khalayak.

Dengan latar belakang ini, kertas ini akan meninjau semula asas pemikiran tentang khalayak dan kajian-kajian khalayak yang telah dilakukan dari pertengahan abad ini sampai sekarang, dan implikasinya kepada perkembangan haluan bidang penyelidikan khalayak.

### Kesan Media

Kajian-kajian mengenai media massa di Amerika Syarikat sejak Perang Dunia Kedua telah didominasi oleh tema kesan terhadap media massa dalam mempengaruhi khalayak. Tema ini amat berbeza dengan idea yang muncul lebih awal

iaitu kesan langsung media massa. Idea kesan langsung media massa dimajukan oleh Walter Lippmann dalam bukunya *Public Opinion* yang diterbitkan pada tahun 1922. Idea ini diperkembangkan oleh ahli psikologi, Harold Lasswell (1948) dari Yale University yang telah mengkaji propaganda pada tahun-tahun Perang Dunia Kedua. Beliau telah memajukan idea kesan dalam model komunikasinya: siapa kata apa, melalui saluran mana, kepada siapa dengan kesan apa.

Pada asasnya penganut idea kesan langsung mengandaikan bahawa media massa boleh menyuntik maklumat, idea dan juga propaganda seperti suntikan hipodermik ke dalam sistem dan fikiran orang ramai. Dalam tahun-tahun selepas Perang Dunia Kedua, Carl Hovland telah melakukan kajian untuk mengukur perubahan khalayak selepas didedahkan kepada media massa. Kajian ini dilakukan oleh Carl Hovland dan rakan-rakannya yang mempunyai latarbelakang dalam bidang psikologi, khususnya dalam teori pembelajaran.<sup>3</sup>

Pendekatan kajian Hovland adalah didasarkan kepada andaian bahawa semua sikap atau tabiat boleh ditiru dan dipelajari. Mereka percaya bahawa data yang diperolehi dari kajian itu boleh digunakan untuk meramal dan mengawal khalayak.

Akan tetapi, kajian Hovland telah mengambil saiz sampel yang kecil - umpamanya saiz sampel kajian *The Battle of Britain* iaitu 2,100 responden - dan ini sememangnya tidak mewakili atau menggambarkan seluruh masyarakat. Oleh demikian, kajian-kajian sedemikian walaupun dikatakan saintifik, tidak berguna untuk membuat kenyataan umum.

Perkembangan television pada tahun lima puluhan pula menimbulkan kebimbangan impak media massa keatas golongan muda dimana golongan ini dianggap boleh mempelajari dan meniru nilai-nilai yang negatif yang dipaparkan ditelevision. Kajian yang dilakukan oleh Albert Bandura (1961) pada awal tahun enam puluhan telah menarik banyak perhatian dan menimbulkan kebimbangan terhadap pemaparan keganasan dan kesannya terhadap kanak-kanak.<sup>4</sup>

Bandura telah membuktikan secara saintifik keganasan boleh diramalkan selepas pendedahan kepada adegan ganas. Andaian asas Bandura ialah individu dalam masyarakat terpisah dari norma-norma dan nilai yang suci yang sedia ada dalam satu-satu masyarakat itu. Beliau menempelak



pembentukan masyarakat moden sebagai puncanya. Kaedah yang beliau gunakan ialah kaedah ujian dalam makmal. Beliau telah memencilkan sampel responden dari faktor luaran dan menggalakkan pembelajaran oleh responden. Tujuannya semata-mata untuk mengumpulkan data yang menunjukkan sebab-musabab bagi menguatkan ide bahawa tiap-tiap individu senang dipengaruhi.

Walaupun kajian Bandura mempunyai banyak kelemahan dari segi asas teori dan kaedah, namun demikian, publisiti yang diberikan kepada kajiannya seolah-olah mengesahkan peningkatan keganasan masyarakat disebabkan oleh media massa. Banyak kajian sebab dan akibat yang diadakan dengan contoh-contoh kes yang berasingan.

Model kesan terhad harus dilihat dalam konteks kritikan keatas kajian kesan langsung. Katz dan Lazarsfeld telah menyangkal idea-idea kesan langsung yang diasaskan pada pendapat teori masyarakat massa. Teori masyarakat massa ini mengandaikan golongan pembaca dan pendengar adalah bodoh dan senang dipengaruhi. Mereka juga menegaskan pandangan bahawa ikatan-ikatan kumpulan utama seperti keluarga, rakan-rakan, kumpulan profesyen, telah dihancurkan dengan perkembangan masyarakat industri. Pandangan ini adalah tidak tepat. Mengikut mereka, pengaruh media massa bukanlah secara langsung tetapi ditapis menerusi proses-proses lain.

Lazarsfeld dan rakan-rakannya mengkritikkan kajian kesan langsung sebagai satu kajian yang pandir dan simplistik dan mengenalkan model 'alternatif'. Ide yang dimajukan oleh mereka telah membawa kajian khalayak ke tahap yang baru dan idea mereka pun di anugerahkan status teori.

Kajian yang dilakukan oleh Lazarsfeld dan rakan-rakannya telah menempatkan kajian komunikasi pada amnya dan kajian khalayak pada khususnya sebagai *the standard work*. Kajian-kajian yang mendominasi bidang penyelidikan komunikasi sejak Perang Dunia Kedua dikaitkan dengan idea-idea, kaedah-kaedah dan penemuan yang dimajukan oleh Lazarsfeld dan rakan-rakannya.

Corak *standard work* ini ialah mengukur kesan jangka masa pendek isi kandungan media massa terhadap perubahan sikap dan tingkahlaku individu dengan kesimpulan bahawa media massa tidak begitu berpengaruh dalam pembentukan pendapat umum. Teori yang di hasilkan oleh mereka ialah

teori pengaliran maklumat dua peringkat. Asas pada teori ini ialah media massa tidak secara langsung mempengaruhi khalayak, tetapi pengaruh personal mendahului pengaruh media massa. Pengaruh personal ini digelar kan pemimpin pendapat.

Dalam kajian penyebaran pendapat umum di Decatur, Illinois, yang dijilidkan dengan tajuk *Personal Influence*, Lazarsfeld dan rakan-rakannya telah berjaya memajukan idea bahawa pemimpin pendapat memainkan peranan penting dalam mempengaruhi khalayak. Pada masa yang sama mereka juga memperkembangkan kaedah yang digunakan iaitu kajian panel. Kajian-kajian yang dilakukan oleh mereka meliputi empat arena di mana keputusan dibuat: pemasaran, fesyen, menonton filem dan mengundi.

Mereka yakin bahawa teori pengaliran maklumat dua peringkat dapat menjelaskan perubahan sikap dalam membuat keputusan sewaktu pengundian dalam pilihanraya atau tingkahlaku pengguna. Analisis yang dibuat terhadap soal selidik yang mereka gunakan menunjukkan bahawa tinjauan yang mereka lakukan semata-mata hendak melapurkan perubahan sikap responden. Contoh soalan soal-selidik untuk pengguna adalah :

Dalam bulan yang lepas, adakah anda membeli produk baru atau jenama yang tidak pernah dibeli. (Ini tidak termasuk produk yang terpaksa anda beli kerana tak ada pilihan). Jawapan yang perlu dipilih ialah 'ya' atau 'tidak'.

Baru-baru ini produk apakah yang anda telah menggunakan jenama baru? Pilihan jawapan adalah: ' a. sarapan bijirin ; b. sabun; c. kopi; d. tak berkenaan'.

Soal selidik untuk fesyen:

Adakah anda menukar fesyen rambut, pakaian, alat persolekan, atau apa-apa perubahan yang mengikut fesyen baru-baru ini? Jawapan yang perlu dipilih ialah 'a. ya atau b. tidak. Kalau ada, apakah perubahan ini?'

Soal selidik untuk penonton filem:

Beritahu kami apakah nama filem yang baru ditonton?.

Soal selidik untuk pengundian:

Responden ditanya soalan mengenai calon-calon dan pilihanraya. Lepas itu mereka ditanya adakah mereka mengubah sikap mereka terhadap calon-calon yang bertanding.

Gitlin (1981:75 -121) telah menunjukkan bahawa Lazarsfeld dan rakan-rakannya telah mengabaikan beberapa perselisihan yang muncul dalam kajian mereka. Walaupun mereka telah melapurkan perselisihan dalam kajian, namun, mereka gagal menginterpretasikannya dan memberikannya tumpuan yang wajar dalam pertimbangan teoritis.<sup>5</sup>

Lazarsfeld dan rakan-rakan (1948) melapurkan bahawa bukan semua perubahan pendapat umum melibatkan pemimpin pendapat. Lima puluh lapan peratus daripada perubahan telah dibuat tanpa pengaruh dari pemimpin pendapat. Apa yang dapat disimpulkan oleh data ini teori pengaliran maklumat dua peringkat adalah tidak tepat.

Decatur, dan Gitlin (1981) juga memaklumkan bahawa dalam kajian undian pilihanraya orang yang mempengaruhi dan orang yang dipengaruhi tidak pasti dengan peranan mereka kalau dibandingkan dengan peranan pengguna membuat keputusan dalam membeli belah dan membuat penentuan tentang fesyen. Dalam kajian undian pilihanraya, 38% responden mengakui mereka memainkan peranan pemimpin pendapat dan 38 % responden yang mengakui bahawa mereka dipengaruhi oleh orang yang mengakui peranan itu.

JADUAL 1  
Pengaliran  
Maklumat  
Dua Peringkat

	Status pemimpin pendapat	Status yang dipengaruhi
Pengundian	38	38
Pemasaran	71	56
Fesyen	61	57

Model pengaliran maklumat dua peringkat ini diperkembangkan kepada pengaliran maklumat berbagai peringkat, kononnya untuk menunjukkan kompleksiti perhubungan sosial yang mempengaruhi individu. Lanjutan daripada kesimpulan bahawa media mempunyai kesan terhad,



sarjana-sarjana seperti Klapper, Festinger telah menegaskan dan membuktikan bahawa media massa tidak berkesan dalam mempengaruhi khalayak tetapi ia cuma berkesan memperkukuhkan sikap yang sedia ada.

Kajian Lazarsfeld (1948) bermula dengan tujuan menyangkal teori kesan langsung media massa, tetapi pada hakikatnya, kedua-dua cabang kajian psikologi dari Yale University dan kajian sosiologi dari Columbia University ini mempunyai beberapa persamaan. Pertamanya, kajian-kajian ini bercorak *functionalist*, dimana dalam perspektif ini, aktiviti sosial dikatakan boleh dikaji dan difahami dengan merujuk kepada akibat aktiviti (*causality*) tersebut terhadap aktiviti sosial lain atau institusi lain. Kedua, soalan yang dikemukakan dalam penyelidikan psikologi atau sosiologi adalah soalan-soalan bersifat tingkah laku dimana tumpuan pengkaji ialah terhadap penukaran sikap dan peniruan. Khalayak media massa dalam kedua-dua cabang ini dianggap sebagai khalayak yang kurang aktif.

Kajian yang bercorak fungsi dan tingkah laku yang mendefinisikan kesan dalam cara yang sempit (kesan jangka masa pendek dan kesan yang boleh diukur) ini telah melencongkan tumpuan perhatian kaajian daripada makna sosial yang lebih luas. Penghasilan bahan-bahan media adalah dalam konteks yang lebih menyeluruh. Gitlin (1981) menegaskan, pendekatan ini mengaburkan soal kuasa media dalam mendefiniskan aktiviti sosial dan politik yang normal dan yang tak normal; gagal melihat kuasa media dalam menetapkan atau meminggirkan agenda politik untuk perhatian orang ramai.

Pendek kata, kajian-kajian sedemikian mempunyai kesannya iaitu ia boleh digunakan untuk menjustifikasikan sistem pemilikan dan kawalan media massa yang sedia ada. Kajian-kajian yang gagal mengutarakan soalan kritis akan tetap berguna untuk syarikat penyelidikan pasaran dan calon politik. Bagaimanapun, ia tidak menjelaskan bahawa ketidakseimbangan berlaku dalam masyarakat, iaitu sesuatu yang membantutkan keperluan manusia dan kepentingan sosial.

### Khalayak Aktif

Jika kajian awal para pengkaji mengenalpasti bahawa khalayak media itu pasif, pertengahan dekad enam puluhan

memperlihatkan kemunculan pendekatan kegunaan dan kepuasan yang mengandaikan bahawa khalayak media adalah aktif. Halloran (1970) pernah berkata bahawa *We must get away from the habit of thinking in terms of what the media do to the people and substitute for it the idea of what the people do with the media*. Walaupun penyelidik-penyelidik pendekatan ini cuba mengasingkan diri daripada kajian kesan simplistik, pendekatan ini bukanlah satu pendekatan yang bertentangan dengan teori dan pendekatan pengaruh media massa dari Yale dan Columbia.

Pendekatan ini mengandaikan bahawa penonton media adalah aktif dan berkebolehan mengguna media untuk memuaskan kehendak-kehendak mereka. Asas teori mereka ialah teori sains sosial yang percaya bahawa orang dimotivasikan melakukan sesuatu kerana hendak memenuhi keperluan basik mereka. Keperluan-keperluan ini boleh dibahagikan kepada tahap yang rendah seperti keperluan keselamatan dan tahap yang lebih tinggi seperti keperluan persahabatan dan kasih sayang.

Katz dan rakan-rakan (McQuail dan Windhal, 1981) telah menghuraikan susunan penyelidikan penggunaan media mengikut pendekatan kegunaan dan kepuasan. Penyelidik bermula dengan andaian bahawa individu mempunyai keperluan sosial dan psikologi yang mendorong individu itu merujuk kepada media massa atau sumber lain untuk memuaskan keperluan itu. Keadaan ini menimbulkan corak tertentu dalam pendedahan kepada media massa yang akan mengakibatkan kepuasan dalam individu itu. Rajah dibawah menunjukkan elemen-elemen dalam model penyelidikan kegunaan dan kepuasan.

Berdasarkan kepada model ini penyelidik-penyelidik telah mengidentifikasikan beberapa sebab khalayak menggunakan media. Antaranya, McQuail, Blumler dan Brown (1972) dalam penyelidikan mereka mengenai khalayak rancangan rancangan kuiz television, telah menyenaraikan empat kegunaan media, iaitu rancangan television: alat mengalihkan perhatian, dimana penonton dapat membebaskan diri daripada keadaan yang membosankan; digunakan sebagai teman (social utility); digunakan untuk mendapat maklumat tentang alam sekitar dan; digunakan untuk menguji kebolehan diri mereka.



Kajian-kajian mereka telah menunjukkan bahawa individu sememangnya menggunakan media massa untuk mengurangkan ketegangan dan individu yang tidak berpeluang berinteraksi dalam keadaan nyata telahpun mendapat kepuasan dengan menggantikannya dengan media massa. Mereka juga menyenaraikan empat jenis kepuasan yang diperolehi oleh penonton. Kepuasan ini ialah:

- rancangan television memberi kepuasan pendidikan;
- rancangan television memberi kepuasan *self-rating*;
- rancangan television membangkitkan perasaan gembira;
- rancangan televisyen juga menyediakan asas bagi individu berinteraksi dalam keadaan nyata.

Pendekatan kegunaan dan kepuasan mengandaikan bahawa khalayak boleh memelihara diri mereka sendiri dari pengaruh televisyen kerana mereka mempunyai daya pertahanan sosial dan psikologi untuk menolak pengaruh dari media massa. Pada tahap psikologi, khalayak dikatakan boleh bertindak balas kepada mesej secara berpilih-pilih. Kalau seseorang itu menemui pendapat yang selaras dengan kepercayaan, dan pandangannya, maklumat itu dianggap berguna. Fenomena pendedahan berpilih-pilih, tanggapan selektif dan pengingatan selektif dirumuskan dalam teori ketekalan (*consistency theory*).

Walaupun pendekatan ini menekankan peranan khalayak dalam membentuk dan menafsirkan makna teks, Morley (1980:12) menunjukkan bahawa pendekatan ini mempunyai dua kelemahan yang serius. Pertamanya, pendekatan ini mengandaikan bahawa makna mesej adalah terbuka kepada interpretasi. Ini tidak tepat sekali kerana Hall (Morley, 1973:13) memaklumkan bahawa:

*Polygamy must not be confused with pluralism, Connotative codes are not equal among themselves. Any society/culture tends with varying degrees of closure, to impose its segmentations its classifications of the world upon its members. There remains a dominant cultural order, though it is neither univocal or uncontested there can be no law to ensure that the receiver will take the preferred or dominant reading of an episode in precisely the way in which it has been encoded by the producer.*

Kedua, Morley (1993:16) memperingatkan bahawa:

*The power of viewers to reinterpret meanings is hardly equivalent to the discursive power of centralized media institutions to construct the text that viewer then interprets.*

Pendekatan ini juga dikritik dari segi teori dan kaedahannya yang terlalu individualistik. Pendekatan ini didapati mengenyahkan tekanan-tekanan atau pengaruh sosial. Kajian empirikal ini juga bergantung kepada laporan subjektif daripada responden yang mungkin tidak tepat. Pendekatan ini memperbesar-besarkan sifat aktif khalayak dan mengandaikan bahawa kehendak manusia adalah semula jadi; pada hakikatnya, kehendak-kehendak ini seringkali berlaku akibat pengaruh sosial. Pendekatan ini seperti pendekatan kesan media massa bercorak fungsi dan ia juga mengkaji media dan penonton terpencil dari institusi dan fenomena-fenomena sosial yang lain (Elliot, 1974)

Selepas merujuk kepada kajian-kajian dan teori-teori atau model-model khalayak, apa yang ketara ialah pengkaji-pengkaji telah melakukan kajian dari perspektif pentadbir media (administrative point of view). Pengkaji-pengkaji menjadi pakar yang menyelesaikan masalah yang telah ditentukan oleh pentadbir yang hendak mempertingkatkan dan menjustifikasikan kawalan mereka terhadap masyarakat.

Gitlin(1981) memaklumkan bahawa *administrative theorist* tidak mementingkan struktur pemilikan dan kawalan media massa, ataupun syarat-syarat yang menentukan penghasilan isi kandungan media massa. Akibatnya kajian-kajian komunikasi amnya dan kajian khalayak khususnya tidak memperkembangkan teori-teori yang dapat menggambarkan bidang komunikasi dan khalayak. Dengan kritikan-kritikan dan kelemahan yang ketara dalam kajian-kajian fungsi dan ahli tingkah-laku ini, adakah kajian-kajian sedemikian berkurangan? Adakah kajian khalayak berubah atau masih kekal dalam paradigma dominan?

Kajian-kajian mengenai khalayak terutamanya di Amerika Syarikat yang dilakukan sejak tahun tiga puluhan banyak menggunakan pendekatan tingkah-laku dan fungsi.<sup>6</sup> Banyak kajian sedemikian telah dilakukan secara berulang. Apa yang para pengkaji ini lakukan hanyalah memperbaiki

teknik dan kaedah penyelidikan tanpa meninjau semula andaian asas teori yang dibuat. Daripada contoh-contoh yang telah ditunjukkan banyak kajian-kajian ini amat *inconclusive* (Curran, 1990) dan sampel yang diambil oleh kajian ini adalah sampel *de facto*, maka ini tidak dapat mewakili dan mencerminkan seluruh masyarakat. Walaupun banyak kajian kesan dikritik, namun kajian sedemikian masih dijalankan di Amerika Syarikat dan juga di Malaysia.

Dominick (1993) melapurkan bahawa kajian kesan media diperbanyakkan sejak tahun lapan puluhan. Kaedah yang digunakan dalam kajian-kajian ini ialah kaedah percubaan atau tinjauan dalam bentuk kajian panel; kedua-dua kaedah ini telah dimajukan oleh pengkaji-pengkaji awal dari Yale dan Columbia University. Tumpuan kesan media massa terhadap khalayak sekali lagi disebabkan oleh kebimbangan masyarakat tentang peningkatan bahan-bahan hiburan yang penuh dengan keganasan; umpamanya keganasan dalam filem-filem *Silence of the Lambs*, *Diehard II*, *Terminator 2* dan lain-lain lagi. Kebanyakan kajian ini ditaja oleh pihak kerajaan. Akan tetapi, kajian-kajian ini masih tidak dapat secara muktamad membuat kenyataan kesan langsung ataupun kesan terhad berdasarkan data kuantitatif yang dikumpulkan.

Di Malaysia pula, satu analisis kajian-kajian khalayak yang dilakukan dalam sepuluh tahun yang lalu menunjukkan bahawa kebanyakannya masih bermula dengan rangka teori kesan kuat media massa atau peranan penting pemimpin pendapat ataupun khalayak aktif yang boleh menggunakan media massa untuk kepuasan sendiri. Contohnya, dalam beberapa siri Simposium Penyelidikan Komunikasi yang diadakan di UKM didapati ramai pembentang kertas kerja telah membuktikan bahawa media massa adalah antara faktor yang menyebabkan budaya lepak.

Salah seorang pembentang kertas kerja dalam siri tersebut melapurkan, maju atau mundurnya generasi muda sedikit sebanyak mempunyai pertalian dengan institusi-institusi di masyarakat dan antaranya ialah institusi media massa. Media massa memainkan peranan penting dalam membentuk sistem nilai dan gaya hidup belia; dan rupa bentuk generasi muda mempunyai korelasi dengan sistem nilai yang diketengahkan oleh media massa.

Media massa dianggap sebagai sesuatu yang kuat dalam pembentukan tingkahlaku belia dan sebaliknya belia ini



dianggap sebagai segolong manusia yang tidak berkuasa dan senang dipengaruhi. Kertas kerja ini mencadangkan bahawa sejak pengenalan program-program seperti Rakan Muda, kes-kes gejala negatif telah berkurangan. Apa yang kurang jelas ialah a) bagaimana gejala negatif ini disukat meningkat dan berkurangan mengikut sukatan siapa? dan b) adakah penulis secara tidak langsung mengatakan bahawa kalau institusi yang tidak berfungsi diubahkan atau disingkirkan dan ditukarkan dengan institusi lain (Program Rakan Muda), masalah yang di hadapi oleh belia akan hilang dengan otomatis?.

Andaian yang mengatakan belia adalah segolongan manusia yang boleh dipengaruhi dengan senangnya dan golongan ini mudah bertindak balas secara serentak, misalnya terhadap rawatan pemulihan, adalah kurang tepat. Penulis tidak membuktikan bahawa belia dipengaruhi secara langsung oleh media massa, sebaliknya penulis hanya menganggap pengaruh itu pasti berlaku. Andaian sebab dan kesan antara media dan khalayak telah gagal dalam memberikan satu gambaran yang tepat mengenai belia dan gejala sosial. Penulisan atau kajian yang tidak menonjolkan masalah-masalah sebenar, tidak akan memperolehi cadangan yang baik dan realistik dalam menangani masalah yang dihadapi (lihat kertas kerja Fazham, Simposium Penyelidikan Ke 4, 1995) :

Disebaliknya terdapat penulisan yang menegaskan bahawa media massa tidak mempengaruhi remaja tetapi ia cuma mengukuhkan sesuatu gejala. Sekali lagi, penulis ini menganggap bahawa teori pengukuhan ini boleh diterima pakai kerana telah diperakui oleh ramai sarjana sains sosial. Penulis juga mengatakan bahawa peranan ibubapa amat penting dalam memperkukuhkan nilai positif kepada golongan remaja dan media massa cuma memainkan peranan memberi maklumat dan pengajaran yang akan mendatangkan faedah. Penulisan ini seolah-olah cuba menunjukkan media amat bertanggungjawab dan memainkan peranannya di dalam masyarakat. Masalah devian dikalangan remaja mesti berakar umbi di institusi lain.

Pandangan ini mengesahkan idea tanggungjawab sosial media, yang cuma mencerminkan kepada masyarakat realiti yang berlaku di sekeililing mereka. Sebagai seorang pengamal dalam sebuah syarikat akhbar, penulis ini telah mengiakan

sistem pemilikan dan kawalan media yang sedia ada dan mengaburkan soal kuasa media dalam mendefinisikan remaja dan masalah mereka (Mior Kamarul dan Ibrahim Yahaya, Simposium Penyelidikan Komunikasi Ke 4, 1995).

Kertas kerja Rahmah Hashim (Simposium Penyelidikan Komunikasi Ke 4, 1995) turut menganut idea kesan kuat media massa. Ia boleh menjadi penyelamat atau pemusnah nilai murni masyarakat terutamanya dalam era siaran television satelit dan polisi langit terbuka. Oleh yang demikian, mengikut penulis ini, ibu bapa harus melentur buluh dari rebungunya dan memainkan peranan mereka masing-masing menyumbang kepada masyarakat yang stabil dan mantap.

Kajian Abdul Aziz Abdul Aziz (Simposium Penyelidikan Komunikasi, 1994) mengenai iklan dan kanak-kanak berakhir dengan nada yang agak optimistik, iaitu kanak-kanak di Malaysia tidak senang dipengaruhi oleh iklan kerana mereka adalah lebih matang. Beliau melapurkan bahawa kanak-kanak mempraktikkan ajaran ibubapa dan menghormati keputusan orang tua. Dengan itu kanak-kanak dapat mengelakkan konflik di antara mereka dan ibubapa yang disebabkan oleh iklan. Penemuan beliau menyangkal kajian yang terdapat di Amerika Syarikat yang menunjukkan kanak-kanak dipengaruhi oleh iklan dan ini telah menimbulkan konflik dengan ibu bapa. Kajian optimistik ini tentunya menyenangkan hati ramai ibubapa.

Bagaimanapun sejauhmanakah kesimpulan boleh dibuat mengenai media massa langsung tidak berkuasa dalam menetapkan agenda komersial untuk penonton. Persoalan ini menjadi lebih berkait di akhir-akhir abad ke 20 di Malaysia apabila kebanyakan media dimiliki secara komersial demi mengaut keuntungan. Dari segi kaedahnya, pengkaji telah menayangkan 10 buah iklan yang paling kerap ditayangkan di television dan selepas itu responden menjawab soal selidik yang disediakan. Mengikut pengkaji, seramai 300 penuntut dijemput ke sesi pengumpulan data tetapi hanya 137 pelajar darjah 4, 5 dan 6 yang hadir. Latar belakang kanak-kanak ini tidak dijelaskan. Soalan yang perlu ditanya ialah adakah 137 penuntut darjah 4, 5 dan 6, mewakili kanak-kanak di Malaysia?

Kertas kerja yang dibentangkan di Simposium Penyelidikan Komunikasi pada 1993 juga tidak menampakkan perbezaan pendekatannya dalam kajian mengenai khalayak.

Kajian Md Salleh Haji Hassan dan rakan-rakannya(1993) mengandaikan bahawa radio memainkan peranan yang penting dalam menyebarkan maklumat bagi pembangunan. Akan tetapi stesen radio perlu meningkatkan kredibilitinya dan cara yang paling baik ialah kerjasama stesen radio dengan pegawai pembangunan sendiri yang menjadi orang tengah atau pemimpin pendapat untuk menjalinkan hubungan media massa dengan khalayak umum.

Apa yang ketara dalam kajian ini ialah kesan media dan pengaruh pemimpin pendapat ini dianggap sebagai semulajadi. Khalayak sememangnya boleh dipengaruhi, maka perjalinan media massa dan pemimpin pendapat harus dikaji untuk memberi cadangan bagaimana pengaruh ini boleh diperbaiki.

Satu lagi kajian ialah dilakukan oleh Md Salleh Haji Hassan (1993). Kajian ini tidak jauh bebezanya dari segi teori dan kaedah dengan kajian tadi. Kajian-kajian yang sama yang pernah dijalankan ialah kajian khalayak oleh Shawaluddin Anis, Rahmah Hashim (1991), Mohamad Md. Yusof(1991) dan kajian khalayak Noor Bathi Haji Badarudin (1988).

Dengan beberapa contoh penulisan dan kajian yang didaftarkan di sini dapatlah disimpulkan bahawa hujah-hujah yang masih dominan mengenai komunikasi masih lagi terkelompok dalam lingkungan pendekatan fungsi dan tingkah laku yang sempit. Kajian-kajian ini lemah dari segi epistemologi dan teorinya.

Satu perkara yang ketara mengenai kajian atau komen ke atas komunikasi ialah tumpuan kepada teori kesan langsung, teori pengaliran maklumat dua peringkat dan pendekatan kegunaan dan kepuasan. Dengan perhatian yang terlalu kerap diberi terhadap teori-teori ini seolah-olahnya pendekatan-pendekatan tersebut wajib dirujuk dan dapat menerangkan proses komunikasi. Fenomena ini telah menimbulkan beberapa persoalan, misalnya, mengapakah kajian khalayak masih bertapak pada perspektif yang sempit walaupun masalah dan kelemahan pendekatan ini telah lama didedahkan. Tidakkah terdapat perspektif lain yang merangsangkan pengkaji dalam bidang penyelidikan khalayak?

Sebenarnya, Curran (1990) memaklumkan bahawa kajian khalayak yang dilakukan di Europah lebih menunjukkan kepelbagaian dari segi pemikiran intelektualnya (lihat



Ang:1985; Radway:1984; Morley: 1986 & 1980). Morley (1993) yang telah memajukan idea enkoding and dekoding, menegaskan kajian tentang penggunaan bahan media oleh khalayak harus difahami dalam konteks *the texture of hegemony/subtlety, the interlacing of resistance and submission, opposition and complicity*. Maka kajian khalayak perlu mengambil kira tekanan-tekanan ekonomi, politik dan ideologi ke atas penghasilan teks media dan bukan menumpukan perhatian semata-mata pada tahap penerimaan sahaja.

Apa yang dapat disimpulkan ialah banyak kajian khalayak dan pemikiran sarjana-sarjana tempatan terkongkong dalam satu perspektif iaitu perspektif fungsi dan tingkah laku. Kajian sedemikian tidak dapat menambahkan pengetahuan mana-mana pihak mengenai khalayak, malah kajian *service oriented* ini cuma berguna untuk pihak pentadbir dan peniaga dan bukan untuk kepentingan masyarakat. Dalam memikir kembali kajian khalayak, soalan yang kita perlu tanya semasa melakukan kajian ialah seperti yang ditanya oleh Ewen, iaitu kajian dibuat untuk tujuan apa dan kepentingan siapa.

1. Kaedah propaganda digunakan secara besar-besaran semasa Perang Dunia Pertama dan Kedua. Untuk mendapat maklumat yang lebih lanjut, sila rujuk Severin dan Tankard (1988) Bab 8.
2. Perkembangan pesat industri periklanan telah memperbanyakkan penyelidikan untuk mendapat reaksi khalayak terhadap iklan mengenai barang keluaran, jenama dan imej syarikat. Pengusaha dalam industri hiburan seperti filem, television dan radio juga melakukan banyak kajian untuk mengetahui tindak balas khalayak. Satu daripada contohnya ialah A. C. Nielsen sebuah syarikat penyelidikan pasaran yang melakukan penyelidikan 'ratings' untuk televisyen.
3. Carl Hovland dan rakan-rakannya (1965) bertugas di Cawangan Penyelidikan, Bahagian Pendidikan dan Maklumat Ketenteraan. Antara kajian yang dilakukan oleh Hovland dan kawan-kawannya ialah kajian menilai filem indoktrinasi yang digunakan untuk mengorientasikan orang awam yang masuk tentera Amerika Syarikat. Contohnya, filem *The Battle of Britain*, digunakan untuk meningkatkan keyakinan dan kesanggupan tentera dalam peperangan. Untuk menentukan samada filem ini dan filem lain menepati objektifnya, Hovland dan rakan-rakannya (1965) telah mencorakkan kajian dengan kaedah percubaan. Kumpulan yang

---

Nota

dikaji dibahagikan kepada dua kumpulan iaitu kumpulan yang dibuat percubaan, yang didedahkan kepada filem-filem indoktrinasi, dan satu lagi kumpulan terkawal, iaitu yang tidak didedahkan kepada filem tersebut. Satu minggu kemudian, kedua-dua kumpulan ini diberikan satu set soal selidik untuk mengukur apa yang dipelajari oleh responden-responden. Kajian ini dijalankan dengan subjek dalam keadaan dikawal (*captive audien*), dan saiz sampelnya ialah 2,100 orang.

4. Bandura telah melakukan kajian makmal, dimana beliau mendedahkan sekumpulan kanak-kanak kepada sebuah filem yang menunjukkan kanak-kanak memukul patung Bobo. Satu lagi kumpulan kanak-kanak tidak didedahkan kepada filem itu. Selepas menonton filem itu kumpulan kanak-kanak yang didedahkan kepada filem itu diberikan patung Bobo. Bandura melaporkan bahawa kanak-kanak yang didedahkan kepada filem telah memukul patung itu seperti yang diamati dalam filem itu. Makna hasil kajian ini ialah kanak-kanak meniru tingkah laku ganas dalam media massa.
5. Gitlin(1981) telah memberi kritikan yang lengkap tentang kajian Lazarsfeld. Beliau telah mengemukakan bahawa kajian ini mempunyai andaian-andaian yang tidak tepat . Akibat daripada itu penemuan kajian ini mempunyai perselisihan dari segi data empirikal. Teori pengaliran maklumat dua peringkat telah diiakan sebagai 'timeless theory' oleh pengkaji-pengkaji mainstream. Gitlin membuktikan bahawa pelopor teori ini tidak dapat meramalkan kesahihan teori ini dengan perkembangan television dan medium-medium yang lebih baru dan canggih.
6. Pendekatan fungsi (*functionalism*) ialah satu perspektif dalam sosiologi yang muncul dalam abad 19. Mengikut perspektif ini, setiap elemen dan institusi saling berkait dalam masyarakat. Masyarakat diandaikan sebagai satu tubuh badan manusia yang berfungsi untuk masyarakat tersebut. Dalam perspektif ini, satu aktiviti yang mengancam sistem sosial dianggap sebagai sesuatu yang tidak berfungsi (*dysfunctional*).

---

#### Penulis

Penulis adalah ahli akademik di Pusat Pengajian Komunikasi, Universiti Sains Malaysia

---

#### Rujukan

- Ang, I . 1985. *Watching Dallas*. London: Methuen.
- Bandura, A. 1961. Identification as a process of social learning. *Journal of Abnormal and Social Psychology*. Vol. 63, No. 2.
- Cuff, E.C. dan rakan-rakan (Peny). 1970. *Perspectives in sociology*. London: Allen & Unwin.
- Curran, J. 1990. The new revisionism in mass communication: A reappraisal. *European Journal of Communication*. Vol.5: 135-164.

- Dominck, J. 1993. The dynamics of mass communication. New York: McGraw Hill.
- Elliot, P. 1974. Uses and gratifications research: A critique and a sociological alternative. Dalam J.G. Blumler dan Elihu Katz (peny). *The uses of masscommunications: current perspectives on gratifications research*, hlm. 249-268. Beverly Hills: Sage.
- Ewen, S. 1983. The implications of empiricism. *Journal of Communication*. Summer. Vol 33 no. 3 : 219-225.
- Gitlin, T. 1981. Media sociology: The dominant paradigm. Dalam Wilhoit, G. Cleveland (peny). *Mass communication review yearbook*. Vol 2.
- Hall, S. 1989. Ideology and communication theory. Dalam Brenda Dervin, Lawrence Grossberg, Barbara J. O'Keefe dan Ellen Wartella (peny). *Rethinking communication. Paradigm issues*. London: Sage.
- Hovland, C., Lumsadine, A. dan Sheffield, S. 1965. *Experiments on mass communication*. New York: John Wiley and Sons.
- Katz, E. dan Lazarsfeld, P. 1955. *Personal influence. The part played by people in the flow of mass communications*. New York: Free Press.
- Lasswell, H. 1948. The structure and function of communication in society. Dalam Lyman Bryson (peny). *The Communication of Ideas*. New York: Harper & Bros.
- Lazarsfeld, P., Berelson, B. dan Gaudet, H. 1948. *The people's choice. How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York: Columbia University Press.
- Lippmann, W. 1965. *Public Opinion*. New York: Free Press.
- McQuail, D. dan Windhal, S. 1981. *Communication models for the study of mass communications*. London: Longman.
- McQuail, D. Blumler, J. dan Brown, J. 1972. The television audience: A revised perspectives. Dalam McQuail, D. (peny). *Sociology of Mass Communications*. Harmondsworth: Penguin.
- Md. Salleh Haji Hassan, Soadah Wok, Abdul Rashid Md. Ali dan Zabedah Saad. 1995. Kajian keberkesanan kerjasama antara stesyen radio tempatan dengan agensi pembangunan. Dalam Mus chairil Samani, Meor Zailan Sulaiman, Fuziah Kartini Hassan Basri (Penyt.) *Pasca sidang Simposium Penyelidikan Komunikasi Ke 3, 7-8 September, 1993*. Bangi: Jabatan Komunikasi, Universiti Kebangsaan Malaysia. Hlm. 63-76.
- Md. Salleh Haji Hassan, dan Adam Tanko Zakariah. 1995. Faktor yang berkaitan dengan penyertaan pendengar dalam rancangan tempatan: Satu kajian di Radio Tempatan Seremban, Negeri Sembilan. Dalam Mus chairil Samani, Meor Zailan Sulaiman, Fuziah Kartini Hassan Basri (Penyt.) *Pasca sidang Simposium Penyelidikan Komunikasi Ke 3, 7-8 September, 1993*. Bangi: Jabatan Komunikasi, Universiti Kebangsaan Malaysia. Hlm. 77-88.



- Morley, D. 1993. Active audience theory: Pendulums and pitfalls. *Journal of Communication*. Autumn vol 43, no. 4.
- Morley, D. 1986. *Family television: Domestic leisure and cultural power*. London: Comedia.
- Morley, D. 1980. *The Nationwide Audience*. London: BFI.
- Radway, J. 1984. *Reading the romance: Women, patriarchy and popular literature*, Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Nor Bathi Haji Badarudin. 1988. Children television in Malaysia. *Jurnal Komunikasi*. Jilid 4. Jabatan Komunikasi Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Rahmah Hashim dan Mohamad Md. Yusof. 1991. Kesan televisyen terhadap pembinaan keluarga: Satu penilaian. Kertas kerja Seminar Television Kearsah Kecemerlangan Bangsa dan Negara. Universiti Sains Malaysia, Pulau Pinang, 19-21 Julai.
- Severin, W. dan J. Tankard. 1988. *Teori Komunikasi* (terjemahan), Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Shawaluddin Anis dan Halizawaty Haneem. 1992. Radio 3 Pulau Pinang nafas baru: Satu kajian khalayak dikalangan pendegar wanita. Kertas kerja Seminar The Mass Media and Women in Malaysia. Universiti Sains Malaysia, Pulau Pinang, 27-29 Julai.